

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Profil Perusahaan

Go-Food adalah layanan pesan antar makanan dan *marketplace* makanan berbasis aplikasi asal Indonesia oleh PT Gojek Indonesia. Go-Food pertama diluncurkan di Indonesia tahun 2015 di Jakarta dan pasca itu melakukan penyebaran ke kota-kota lain di Indonesia mengikuti jejak Go-Jek. Pada tahun 2018, seiring perluasan Go-Jek ke ranah internasional, Go-Food juga ikut berekspansi ke Vietnam pada tahun 2018. Kini Go-Food telah hadir di dua negara yakni Indonesia dan Vietnam. Terdapat lebih dari 125.000 restoran di Indonesia yang telah bergabung dengan Go-Food. Per 2018, Go-Food menjajaki peringkat kedua dari jasa pesan antar makanan terbesar di dunia dan peringkat pertama jasa pesan antar makanan terbesar di Indonesia (Go-Jek, 2018).

3.1.1. Tampilan Aplikasi Go-Food

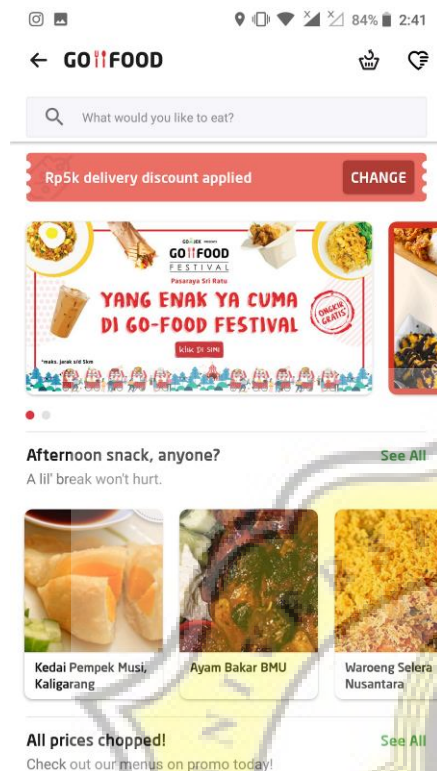


Gambar 3.1. Tampilan awal aplikasi Go-Jek

Sumber: Go-Jek (2019)

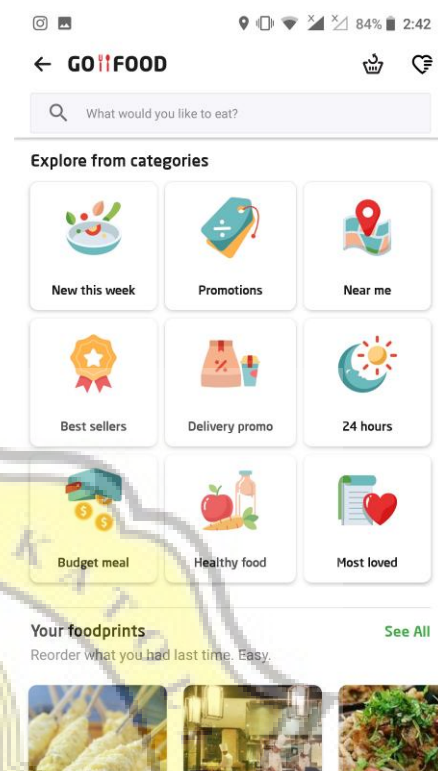
Go-Food dapat diakses melalui aplikasi Go-Jek seperti halnya dengan fitur-fitur Go-Jek yang lain. Gambar 3.1. menunjukkan tampilan awal aplikasi Go-Food. Bagian

yang dilingkari pada gambar di atas merupakan tombol untuk mengakses layanan Go-Food. Akses lokasi di ponsel perlu diaktifkan untuk menggunakan aplikasi Go-Food.



Gambar 3.2. Tampilan awal aplikasi Go-Food

Sumber: Go-Jek (2019)



Gambar 3.3. Kategorisasi menu Go-Food

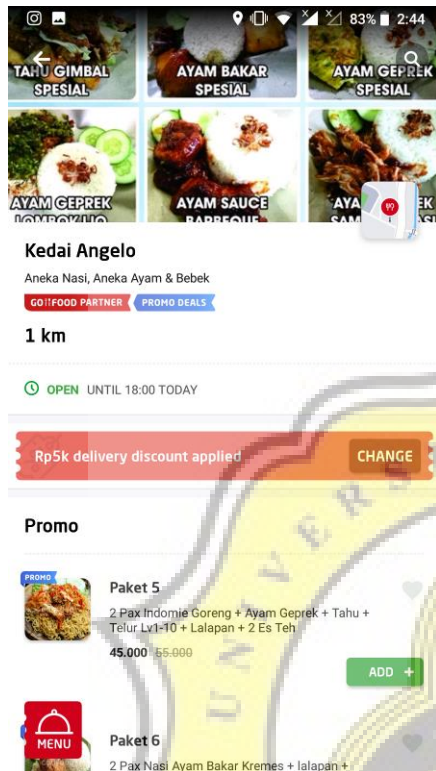
Sumber: Go-Jek (2019)

Go-Food merupakan aplikasi yang menerapkan *one page scroll layout*, dimana seluruh tampilan Go-Food dapat diakses dalam satu halaman panjang. Gambar 3.2. dan 3.3. merupakan tampilan dalam aplikasi Go-Food. Gambar 3.2. merupakan tampak awal membuka aplikasi. *Icon* keranjang dengan panah membulat di bagian atas aplikasi merupakan tombol *my orders* yang menunjukkan sejarah pesanan pengguna aplikasi, sedangkan icon hati di sampingnya merupakan tombol *my favorites* yang akan menampilkan makanan yang telah ditandai favorit oleh pengguna. Di bawah *search bar* adalah *banner* yang menunjukkan *voucher* yang dimiliki pengguna dan dibawahnya merupakan *banner* berita dan informasi seputar Go-Food. Setiap makanan yang terdata dalam aplikasi Go-Food pasti dibagi menjadi berbagai kategori yang berbeda seperti yang ditampilkan pada gambar 3.3.

3.1.2. Tata Cara Penggunaan Layanan Jasa Go-Food

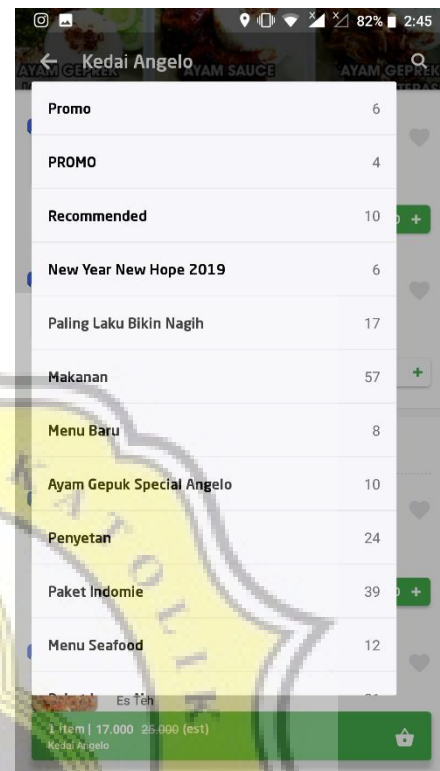
Berikut penjelasan mengenai tata cara penggunaan layanan jasa Go-Food.

Terdapat empat langkah dalam menggunakan layanan jasa Go-Food, yakni:



Gambar 3.4. Tampilan salah satu *merchant* Go-Food

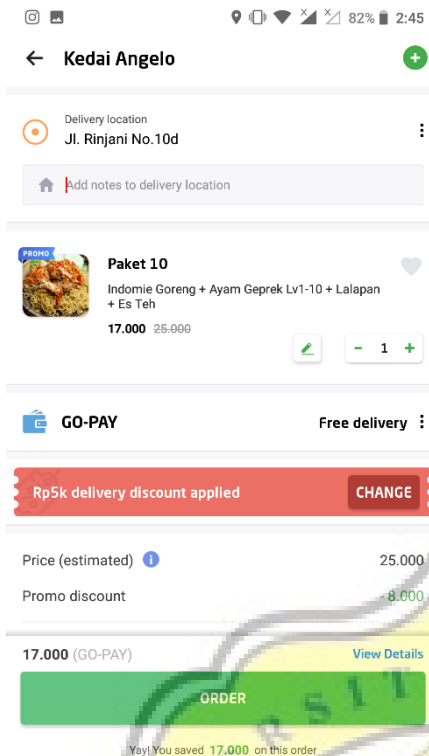
Sumber: Go-Jek (2019)



Gambar 3.5. Menu salah satu *merchant* Go-Food

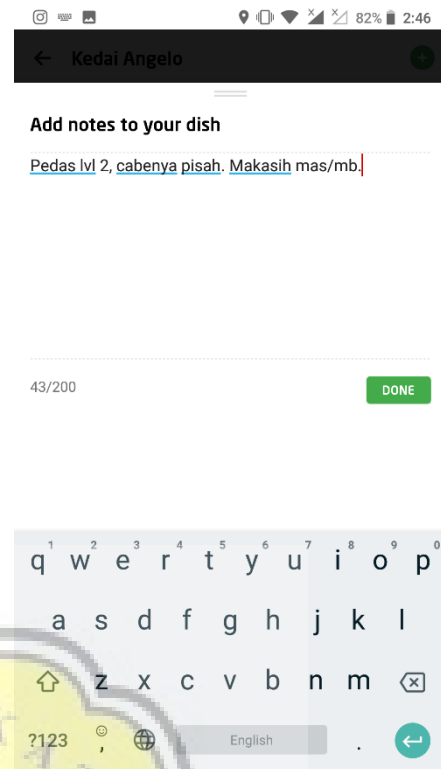
Sumber: Go-Jek (2019)

1. *Customer* bisa membuka Go-Food dalam aplikasi Go-Jek lalu memilih atau mencari restoran atau jenis makanan yang ingin dipesan. Setelah menemukan pilihan yang cocok, *customer* lalu dapat pergi ke halaman merchant yang terkait lalu memilih makanan yang ingin dipesan. Gambar 3.4. menunjukkan tampilan halaman salah satu merchant Go-Food. Terdapat informasi mengenai jenis makanan yang dijual, jarak restoran dengan pemesan, gambar dan detail menu makanan, tombol menu dan tombol tambah pesanan. Gambar 3.5., menggambarkan detail menu makanan yang tersedia pada merchant Go-Food.



Gambar 3.6. Detil pesanan Go-Food

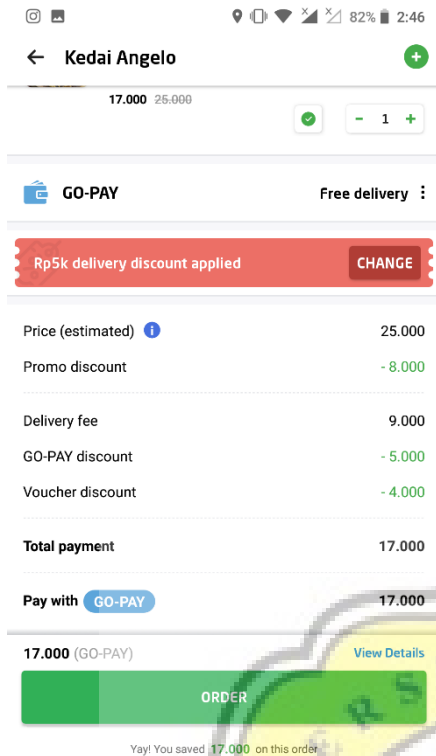
Sumber: Go-Jek (2019)



Gambar 3.7. Fitur *notes* dalam Go-Food

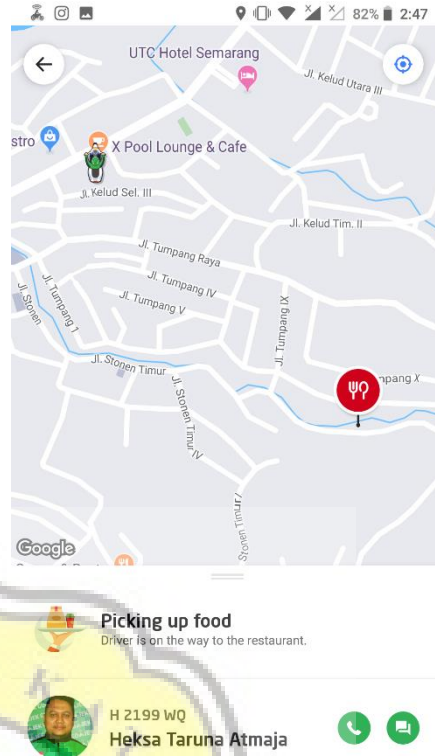
Sumber: Go-Jek (2019)

2. Setelah memilih pesanan, *customer* akan dibawa ke halaman konfirmasi pembelian makanan seperti yang digambarkan pada gambar 3.6. hingga 3.8. Pada halaman ini, *customer* dapat menyesuaikan lagi rincian mengenai alamat pengiriman, jumlah pesanan, metode pembayaran (Go-Pay atau tunai), voucher yang tersedia, serta rincian pembayaran (gambar 3.8.). *Customer* juga dapat menambah rincian mengenai masakan yang dipesan dalam fitur notes seperti yang tertera pada gambar 3.7. Rincian yang ditulis akan tertampil di aplikasi *driver* dan harus disampaikan ke pihak restoran ketika memesan makanan.



Gambar 3.8. Rincian pembayaran

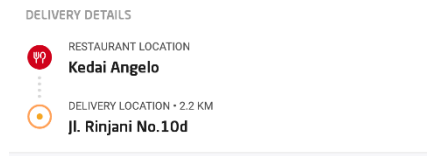
Sumber: Go-Jek (2019)



Gambar 3.9. Tampilan order diterima *driver*

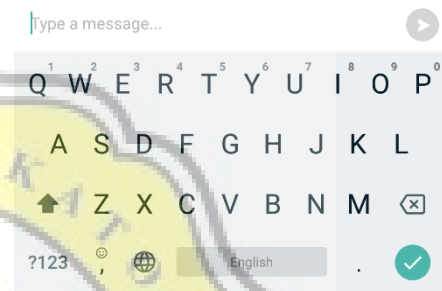
Sumber: Go-Jek (2019)

- Setelah order dilakukan, pesanan akan disebar ke *driver* dengan radius dekat restoran. Jika pesanan diterima oleh *driver*, tampilan akan berubah menjadi peta dengan detail pesanan di bawahnya seperti gambar 3.9. detail mengenai pesanan dapat dilihat pada gambar 3.10. Terdapat fitur telepon dan chat (gambar 3.11.) yang memudahkan *customer* untuk berkomunikasi dengan *driver*. *Driver* pun akan membelikan makanan sesuai pesanan *customer* dan mengantarkannya ke alamat *customer*.



Gambar 3.10. Detil pesanan Go-Food

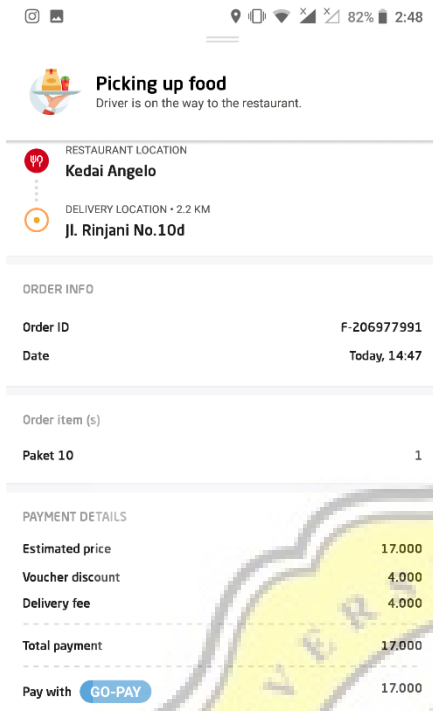
Sumber: Go-Jek (2019)



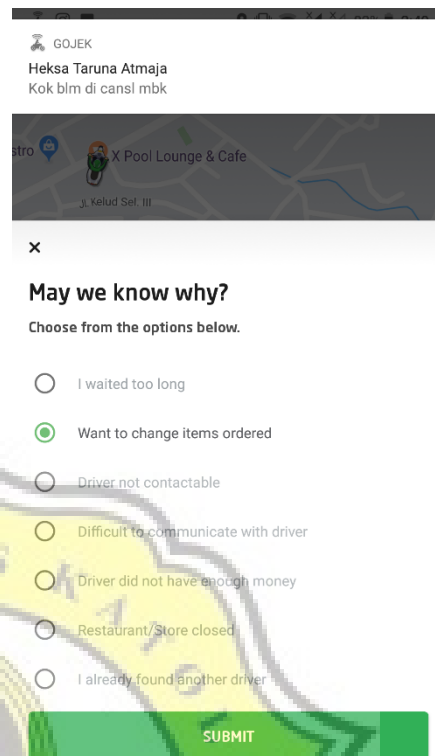
Gambar 3.11. Fitur *chat* aplikasi Go-Food

Sumber: Go-Jek (2019)

4. Setelah order diterima, *driver* akan menyelesaikan order dan akan ada rating bintang yang muncul untuk menilai kinerja *driver*. Pada rating tersebut, *customer* juga dapat memberi tip atau komentar bagi *driver* yang bersangkutan.



Gambar 3.12. Tombol *cancel* di bawah
Sumber: Go-Jek (2019)



Gambar 3.13. Berbagai alasan *cancel order*
Sumber: Go-Jek (2019)

5. Jika *customer* ingin membatalkan orderan, bagian paling bawah rincian pesanan akan ada tombol untuk membatalkan orderan (gambar 3.12.). *Customer* lalu harus memilih alasan pembatalan seperti yang tertera di gambar 3.13. Jika pesanan dibatalkan, *customer* tidak bisa memberikan rating pada kinerja *driver* yang dibatalkan orderannya.

3.2. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek yang diteliti dalam penelitian ini ialah jasa pesan antar Go-Food dan penelitian akan dilakukan di dalam area Kota Semarang. Peneliti telah melakukan sebuah uji pra-survey mengenai produk jasa aplikasi Go-Jek yang paling sering digunakan dengan sampel kecil 30 orang responden, dari sanalah ditemukan bahwa Go-Food menempati nilai paling tinggi di antara pilihan para responden, maka dari itulah Go-Food dipilih sebagai objek dalam penelitian ini. Penelitian akan dibuat menggunakan kuesioner online dan akan disebar tanpa batasan lokasi dan dapat diisi oleh responden di seluruh Indonesia.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi merupakan kelompok individu yang mempunyai kesamaan karakteristik yang nantinya hendak diteliti dalam suatu penelitian (Cahyono, 2005). Sedangkan sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Go-Jek terutama yang menggunakan jasa Go-Food karena penelitian hendak mengetahui alasan apa saja yang membuat penduduk Kota Semarang memilih menggunakan layanan jasa pesan antar Go-Food.

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memiliki tujuan tertentu. Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui mengapa orang-orang memilih untuk menggunakan layanan jasa Go-Food, maka kriteria pemilihan sampel responden yang berlaku dalam penelitian ini antara lain:

1. Pernah menggunakan layanan jasa Go-Food dalam kurung waktu maksimal satu bulan (30 hari) terakhir.

Kriteria sampling ditetapkan untuk memastikan bahwa seluruh responden yang ditanyakan menggunakan aplikasi Go-Food yang terbaru untuk memastikan keseragaman pada pengalaman pengguna aplikasi Go-Food.

Setelah menentukan kriteria sampling, perlu ditentukan berapa jumlah sampel responden yang hendak digunakan sebagai sumber data pada penelitian. Dikarenakan kuesioner penelitian akan disebar via Google Forms dan akan sulit untuk membuktikan validitas lokasi responden, peneliti memutuskan untuk membuat lokasi responden

terbuka untuk seluruh Indonesia. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al. (1995 dalam Kiswati 2010) yakni jumlah sampel yang representatif tergantung pada jumlah variabel laten penelitian yang dikalikan 5 hingga 10, Jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat melalui perhitungan berikut:

Jumlah Sampel = Jumlah variabel laten * 5 ~ Jumlah variabel laten * 10

Jumlah Sampel = 37 (setelah melalui proses *content validity*) * 5 ~ 37 * 10

Jumlah Sampel = 185 ~ 370 orang responden.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini hendak mencari tahu faktor-faktor apa saja kah yang membuat responden memilih untuk menggunakan layanan jasa pesan antar Go-Food dibandingkan opsi-opsi lainnya untuk mendapatkan makanan. Data yang ingin dicari dalam penelitian berupa data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari tangan pertama untuk dianalisa lebih lanjut demi menemukan solusi atau masalah yang diteliti (Sekaran, 2011). Sumber data untuk penelitian ini dikhususkan pada para pengguna layanan jasa pesan antar Go-Food.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan memperoleh data dengan menggunakan metode kuesioner yang akan dibagikan pada responden via google forms. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014). Peneliti memilih untuk menggunakan google forms dikarenakan google forms merupakan media penyebaran kuesioner yang efisien, jangkauannya luas, dan berdasarkan kriteria sampling yang mengharuskan responden untuk pernah menggunakan layanan jasa Go-Food dalam 30 hari terakhir, responden diasumsikan untuk memiliki smartphone yang artinya responden dapat mengakses google forms.

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001: 135). Uji validitas akan dilaksanakan menggunakan program IBM SPSS Statistics. Suatu variabel dapat dinyatakan valid jika nilai *r* hitung (*corrected item-total correlation*) > nilai *r* tabel (koefisien korelasi “*r*” *product moment*).

Pra survey yang disebarkan pada internal dan eksternal perusahaan menghasilkan 49 item variabel mengenai faktor-faktor yang mendorong penggunaan layanan jasa Go-Food. Variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Variabel penelitian

No.	Item Variabel	No.	Item Variabel
1	Adanya fitur <i>Near me</i> pada aplikasi Go-Food	14	Aplikasi Karya Anak Bangsa
2	Adanya fitur <i>Top picks</i> pada aplikasi Go-Food	15	Sudah dikenal masyarakat luas
3	Adanya fitur <i>Best seller</i> pada aplikasi Go-Food	16	Banyak pemakai
4	Adanya fitur <i>Favorites</i> pada aplikasi Go-Food	17	Banyak <i>driver</i> untuk mengantarkan makanan
5	Adanya pembagian kategori makanan yang detail yang memudahkan konsumen untuk mencari makanan di setiap kategori	18	Go-Food merupakan layanan pesan antar makanan terbesar di Asia Tenggara
6	Banyak pilihan makanan	19	Adanya Go-Biz
7	Layanan bersifat 24 jam	20	Ada fitur <i>Chat</i> untuk berkomunikasi lebih jelas dengan <i>driver</i>
8	Go-Food sering beriklan baik di dalam maupun di luar aplikasi	21	Informasi dalam aplikasi sering di-update dan bersifat terkini
9	Adanya <i>promo delivery</i>	22	Go-Food sudah menjadi seperti kebutuhan
10	Adanya <i>promo</i> dalam bentuk <i>voucher go-food</i>	23	Go Food sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari
11	Go-Food memiliki banyak merchant	24	Go-Food sudah menjadi bagian dari gaya hidup
12	Desain aplikasi menarik	25	Pengguna enggan berpergian
13	Aplikasi mudah digunakan	26	<i>Driver</i> Go-Food ramah

Sumber: Data Primer (2018)

Tabel 3.1. Variabel penelitian

No.	Item Variabel	No.	Item Variabel
27	Pengguna dapat percaya pada layanan Go-Food	39	Pengguna penasaran
28	Keterbatasan Kendaraan Pribadi	40	Praktis
29	Keengganan pengguna untuk membeli makanan sendiri	41	Cepat
30	Keengganan pengguna untuk mengantri makanan	42	Cepat dalam menemukan <i>driver</i>
31	Keengganan pengguna untuk memasak	43	Pesanan cepat datang
32	Kesibukan pengguna	44	Terbiasa
33	Banyak <i>Promo</i>	45	Murah
34	Banyak Pilihan restoran	46	Fitur lengkap
35	Aplikasi bersifat memudahkan	47	Tarif Jelas
36	Go-Food Mempermudah pemilihan makanan	48	Rute Jelas
37	Go-Food Mempermudah dalam pembelian makanan	49	Aman karena data tercatat
38	Go-Pay Mempermudah pembayaran		

Sumber: Data Primer (2018)

Item-item variabel tersebut akan selajutnya diuji validitasnya dengan menggunakan metode *face validity*. *Face validity* merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa bahwa item-item pernyataan memiliki kesan mampu untuk mengungkap konsep penelitian yang hendak diukur. *Face validity* dalam hal ini bertujuan untuk menggabungkan item-item memiliki makna yang sama menjadi satu item. Melalui proses *face validity*, peneliti menemukan 37 item variabel untuk diuji yang bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2. Variabel penelitian pasca proses *face validity*

No.	Item Variabel	No.	Item Variabel
1	Adanya fitur <i>Near me</i> pada aplikasi Go-Food	9	Go-Food sering beriklan baik di dalam maupun di luar aplikasi
2	Adanya fitur <i>Top picks</i> pada aplikasi Go-Food	10	Adanya <i>promo delivery</i>
3	Adanya fitur <i>Best seller</i> pada aplikasi Go-Food	11	Adanya <i>promo</i> dalam bentuk <i>voucher</i> go-food
4	Adanya fitur <i>Favorites</i> pada aplikasi Go-Food	12	Go-Food memiliki banyak merchant
5	Ada fitur <i>Chat</i> untuk berkomunikasi lebih jelas dengan <i>driver</i>	13	Desain aplikasi menarik
6	Adanya pembagian kategori makanan yang detil yang memudahkan konsumen untuk mencari makanan di setiap kategori	14	Aplikasi mudah digunakan
7	Banyak pilihan makanan	15	Aplikasi Karya Anak Bangsa
8	Layanan bersifat 24 jam	16	Sudah banyak yang memakai Go-Food

Sumber: Data Primer (2018)

Tabel 3.2. Variabel penelitian pasca proses *face validity*

No.	Item Variabel	No.	Item Variabel
17	Banyak <i>driver</i> untuk mengantar makanan	28	Pengguna penasaran
18	Informasi dalam aplikasi sering di-update	29	Praktis
19	Go-Food sudah menjadi bagian dari gaya hidup	30	Layanan Go-Food cepat
20	<i>Driver</i> Go-Food ramah	31	Cepat dalam menemukan <i>driver</i>
21	Pengguna dapat percaya pada layanan Go-Food	32	Terbiasa
22	Pengguna memiliki keterbatasan Kendaraan Pribadi	33	Murah
23	Pengguna enggan untuk membeli dan mengantri makanan sendiri	34	Fitur lengkap
24	Pengguna enggan untuk memasak	35	Tarif jelas
25	Kesibukan pengguna	36	Rute jelas
26	Go-Food bersifat memudahkan dalam pemilihan dan pembelian makanan	37	Aman karena data tercatat
27	Go-Pay Mempermudah pembayaran		

Sumber: Data Primer (2018)

Variabel laten yang didapatkan dari metode *content validity* di atas selanjutnya dimasukkan dalam survey berbentuk kuesioner dan dibagikan kepada minim 185 orang responden, baru dilakukan uji validitas dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah Responden} - 2$, Pada saat pengumpulan hasil kuesioner, ditemukan jumlah responden yang mengisi kuesioner ternyata 193 orang, maka $Df = 193 - 2 = 191$, yang berarti angka r tabel yang harus digunakan adalah sebesar 0,1413 dengan *alpha* 5%.

Tabel 3.3. Uji Validitas

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Adanya fitur <i>Near me</i> pada aplikasi Go-Food	0,408	0,1413	Valid
2	Adanya fitur <i>Top picks</i> pada aplikasi Go-Food	0,453	0,1413	Valid
3	Adanya fitur <i>Best seller</i> pada aplikasi Go-Food	0,515	0,1413	Valid
4	Adanya fitur <i>Favorites</i> pada aplikasi Go-Food	0,440	0,1413	Valid
5	Ada fitur <i>Chat</i> untuk berkomunikasi lebih jelas dengan <i>driver</i>	0,506	0,1413	Valid
6	Adanya pembagian kategori makanan yang detil yang memudahkan konsumen untuk mencari makanan di setiap kategori	0,513	0,1413	Valid
7	Banyak pilihan makanan	0,441	0,1413	Valid
8	Layanan bersifat 24 jam	0,442	0,1413	Valid
9	Go-Food sering beriklan baik di dalam maupun di luar aplikasi	0,535	0,1413	Valid
10	Adanya <i>promo delivery</i>	0,438	0,1413	Valid
11	Adanya <i>promo</i> dalam bentuk <i>voucher</i> go-food	0,488	0,1413	Valid
12	Go-Food memiliki banyak merchant	0,535	0,1413	Valid
13	Desain aplikasi menarik	0,670	0,1413	Valid
14	Aplikasi mudah digunakan	0,607	0,1413	Valid

Sumber: Data Primer (2018)

Tabel 3.3. Uji Validitas

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
15	Aplikasi Karya Anak Bangsa	0,573	0,1413	Valid
16	Sudah banyak yang memakai Go-Food	0,569	0,1413	Valid
17	Banyak <i>driver</i> untuk mengantar makanan	0,683	0,1413	Valid
18	Informasi dalam aplikasi sering di-update	0,664	0,1413	Valid
19	Go-Food sudah menjadi bagian dari gaya hidup	0,647	0,1413	Valid
20	<i>Driver</i> Go-Food ramah	0,587	0,1413	Valid
21	Pengguna dapat percaya pada layanan Go-Food	0,714	0,1413	Valid
22	Pengguna memiliki keterbatasan Kendaraan Pribadi	0,318	0,1413	Valid
23	Pengguna enggan untuk membeli dan mengantri makanan sendiri	0,402	0,1413	Valid
24	Pengguna enggan untuk memasak	0,407	0,1413	Valid
25	Kesibukan pengguna	0,459	0,1413	Valid
26	Go-Food bersifat memudahkan dalam pemilihan dan pembelian makanan	0,660	0,1413	Valid
27	Go-Pay Mempermudah pembayaran	0,517	0,1413	Valid
28	Pengguna penasaran	0,221	0,1413	Valid
29	Layanan Go-Food cepat	0,694	0,1413	Valid
30	Praktis	0,585	0,1413	Valid
31	Cepat dalam menemukan <i>driver</i>	0,710	0,1413	Valid
32	Terbiasa	0,635	0,1413	Valid
33	Murah	0,562	0,1413	Valid
34	Fitur lengkap	0,685	0,1413	Valid
35	Tarif jelas	0,588	0,1413	Valid
36	Rute jelas	0,735	0,1413	Valid
37	Aman karena data tercatat	0,599	0,1413	Valid

Sumber: Data Primer (2018)

Sesuai tabel validitas yang telah tercantum di atas, keseluruhan variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001: 132). Uji reliabilitas dalam penelitian ini juga akan dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics dengan menggunakan model *Cronbach's Alpha*. Untuk mengambil suatu keputusan reliabilitas, suatu kuesioner baru bisa dianggap *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha minimal* adalah 0,6,

Tabel 3.4. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,927	37

Sumber: Data Primer (2018)

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa nilai uji Cronbach's Alpha adalah 0,927, maka variabel-variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Analisis deskriptif juga akan menyajikan data mengenai responden seperti jenis kelamin, usia responden, pekerjaan, pengeluaran per bulan, waktu terakhir menggunakan aplikasi Go-Food, dan frekuensi menggunakan aplikasi Go-Food.

Kuesioner penelitian ini akan menghadirkan sejumlah pertanyaan dan pernyataan seputar alasan pendorong penggunaan aplikasi Go-Food. Jawaban dari masing-masing pertanyaan dan pernyataan tersebut akan dihadirkan dalam bentuk skala *likert*. Skala *Likert* yang masuk pada kategorisasi skala interval adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif dan dapat juga diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif. Item-item jawaban pada penelitian ini akan diberikan nilai 1 hingga 5 dimana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 yang berarti sangat setuju.

Dalam menentukan rentang skala, digunakan rumus sebagai berikut:

$$range = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{range\ skor}$$

$$range = \frac{5-1}{5}$$

$$range = 0,8$$

Maka *Range* skala untuk penelitian ini adalah:

Tabel 3.5. Tabel Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,60	Tidak Setuju
2,60 – 3,40	Netral
3,40 – 4,20	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer (2018)

3.6.2. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebetulnya prosedur yang utamanya digunakan untuk mereduksi atau meringkas data dari variabel yang banyak menjadi sedikit. Variabel baru yang telah diringkas disebut faktor dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli (Supranto, 2004).

Terdapat dua macam teknik analisis faktor, yakni eksploratoris dan konfirmatoris. Analisis faktor eksploratoris digunakan jika teori atau dugaan mengenai jumlah faktor (konstruk) serta variabel mana saja yang terkait dengan faktor tertentu belum ada secara *apriori* atau tidak diketahui. Teknik analisis faktor eksploratoris lebih cocok digunakan untuk membangun teori karena teknik ini memberikan kebebasan pada peneliti untuk melakukan eksplorasi data. Teknik analisis faktor yang lainnya dinamakan teknik analisis faktor konfirmatoris. Teknik ini lebih cocok untuk menguji teori/hipotesis yang telah ada sebelumnya mengenai struktur faktor. Sebagai contoh, jika seorang peneliti menggunakan instrumen seperti kuesioner untuk mengukur konstruk tertentu, dalam kuesioner tersebut pasti telah ada daftar pertanyaan untuk menilai variabel yang berkaitan dengan konstruk yang hendak diukur tersebut. Dalam situasi seperti ini peneliti tidak lagi bebas untuk bereksplorasi dan mencari tahu faktor baru melainkan harus terlebih dulu melakukan verifikasi secara empiris

atau melakukan konfirmasi mengenai struktur faktor yang ada, teknik analisis faktor ini disebut teknik analisis faktor konfirmatoris. Penelitian ini masuk pada kategori analisis faktor konfirmatoris.

Tujuan analisis faktor adalah mencari seminimal mungkin faktor dengan prinsip kesederhanaan (parsimoni) yang mampu menghasilkan korelasi di antara indikator-indikator yang diobservasi. Terdapat tiga langkah yang harus diambil untuk mendapatkan sejumlah faktor umum tersebut. Langkah pertama adalah menghitung matriks korelasi untuk mengetahui syarat kecukupan bagi data di dalam analisis faktor. Setelah syarat kecukupan tersebut terpenuhi, langkah selanjutnya adalah ekstraksi faktor yaitu mencari faktor yang mampu menjelaskan korelasi antara indikator yang diteliti. Langkah ketiga adalah rotasi faktor yaitu mencari faktor yang mampu mengoptimalkan korelasi antara indikator independen yang diobservasi (Widarjono, 2010).

